

**РЕШЕНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО СОВЕТА УрФУ 5.4.14.29
ПО ДИССЕРТАЦИИ НА СОИСКАНИЕ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ
КАНДИДАТА НАУК**

от 23 сентября 2025 г. протокол № 8

о присуждении Олумекору Майклу Осиолеху, гражданство Российской Федерации, ученой степени кандидата социологических наук.

Диссертация «Потребительское онлайн-поведение людей пожилого возраста: социологический анализ» по специальности 5.4.2. Экономическая социология принята к защите диссертационным советом УрФУ 5.4.14.29 03.07.2025 г., протокол № 7.

Соискатель Олумекор Майкл Осиолех, 1991 года рождения, в 2017 г. окончил магистратуру ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» г. Москва по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент; в 2023 г. окончил очную аспирантуру ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина» по направлению 39.06.01 Социологические науки (Экономическая социология и демография); прикреплен к ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина» для подготовки диссертации на соискание ученой степени кандидата наук по специальности 5.4.2. Экономическая социология с 29.12.2023 г. по 28.12.2026 г.; работает в должности ассистента кафедры региональной экономики, инновационного предпринимательства и экономической безопасности Школы государственного управления и предпринимательства Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина».

Диссертация выполнена на кафедре интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России

Б.Н. Ельцина», Министерство науки и высшего образования Российской Федерации.

Научный руководитель – доктор экономических наук, доцент Шубат Оксана Михайловна, ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина», кафедра интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга, профессор.

Официальные оппоненты:

Барышева Галина Анзельмовна, доктор экономических наук, профессор, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Томский политехнический университет», Бизнес-школа, профессор;

Певная Мария Владимировна, доктор социологических наук, доцент, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина» (г. Екатеринбург), кафедра социологии и технологий государственного и муниципального управления, заведующая;

Киенко Татьяна Сергеевна, кандидат социологических наук, доцент, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Южный федеральный университет» (г. Ростов-на-Дону), кафедра социальных технологий, доцент

дали положительные отзывы на диссертацию.

Соискатель имеет 8 опубликованных работ, в том числе по теме диссертационной работы 8 работ, из них 8 статей опубликованы в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК РФ и Аттестационным советом УрФУ, в том числе 4 статьи опубликованы в изданиях, индексируемых в международных базах Scopus и WoS. Общий объем опубликованных работ составляет 8,4 п.л., авторский вклад – 5,61 п.л. Получено свидетельство о государственной регистрации базы данных «Исследование потребительского онлайн-поведения пожилых людей в Свердловской области» № 2024624733 от 30.10.2024 г.

Статьи, опубликованные в рецензируемых научных журналах и изданиях, рекомендованных ВАК РФ и Аттестационным советом УрФУ:

1. Олумекор М., Шубат О. М. Социальное влияние и потребительское онлайн-поведение пожилых людей: исследование взаимосвязи на основе структурного моделирования // Теория и практика общественного развития. 2025. № 1 (201). С. 17–24; 0,8 п.л. / 0,55 п.л.; К2.

2. Олумекор М. Социальная стратификация пожилых онлайн-покупателей // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2024. Т. 10, № 1. С. 39–52; 0,84 п.л.; К2.

3. Олумекор М. Факторы, влияющие на региональное неравенство в сфере онлайн-торговли // Цифровая социология. 2024. Т. 7, № 3. С. 15–23; 0,79 п.л.; К3.

4. Олумекор М. Теоретические подходы к стратификации пожилых онлайн-покупателей // Вестник экономики, права и социологии. 2024. № 2. С. 225–228; 0,4 п.л.; К2.

5. Olumekor M., Polbitsyn S.N., Khan M.S., Singh H.P., Alhamad I.A. Ageing and digital shopping: measurement and validation of an innovative framework. // PLOS One. 2025. Vol. 20, № 3. e0315125; 1,64 п.л. / 1,0 п.л.; (Scopus, Web of Science) Q1.

6. Olumekor M., Singh H.P., Alhamad I.A. Online Grocery Shopping: Exploring the Influence of Income, Internet Access, and Food Prices // Sustainability. 2024. Vol. 16, № 4. 1545; 1,8 п.л. / 0,95 п.л.; (Scopus, Web of Science) Q1.

7. Olumekor, M., Stojić, A., Kehler, T., & Polo, F. The Impact of COVID-19 on the Quality of Life and Happiness of Care Home Residents in Croatia: A Cross-Sectional Study // Behavioral Sciences. 2022. Vol. 12, № 11. 463; 1,42 п.л. / 0,55 п.л.; (Scopus, Web of Science).

8. Olumekor M., Polbitsyn S. Online Consumer Behaviour: Opportunities and Challenges for the Elderly // Proceedings of the European Conference on Innovation and Entrepreneurship 2021. Lisbon, Portugal: Academic Conferences International Ltd, 2021. P. 1190–1193; 0,71 п.л. / 0,53 п.л.; (Scopus, Web of Science).

9. Свидетельство о государственной регистрации базы данных «Исследование потребительского онлайн-поведения пожилых людей в

Свердловской области» № 2024624733 от 30.10.2024 г.

На автореферат поступило 4 положительных отзыва.

В отзыве доктора экономических наук, доцента, доцента Школы финансов Факультета экономических наук Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский университет «Высшая Школа Экономики», г. Москва, Кузубова Сергея Анатольевича, отмечаются следующие моменты, которые нуждаются в уточнении: 1. Ограниченная репрезентативность и возможность генерализации выводов. Исследование проведено на материалах Свердловской области. Хотя это крупный и экономически развитый регион, экстраполяция полученных выводов на всю Российскую Федерацию требует осторожности. Социокультурные и инфраструктурные различия между регионами (например, уровень цифровизации в национальных республиках, специфика логистики в удаленных территориях) могут существенно влиять на онлайн-поведение пожилых людей. В автореферате недостаточно проработан вопрос о границах применимости сделанных заключений. 2. Недостаточная детализация практических рекомендаций. Предложенные автором положения, направленные на активизацию вовлеченности пожилого населения в онлайн-потребление (например, «стимулирование маркетплейсов к улучшению дизайна», «разработка программ обучения»), безусловно, обладают высокой практической значимостью. Однако в тексте автореферата они представлены в общем виде. Неясным остался вопрос о том, в какой степени отдельные рекомендации уже интегрированы в региональные или федеральные практики, каким образом и в каком объеме они реализуются российскими маркетплейсами, и какие конкретные механизмы их внедрения предлагает автор на основе своего исследования.

Отзыв доктора социологических наук, профессора, научного руководителя исследовательских проектов Центра социологических и маркетинговых исследований «Аналитик», г. Волгоград, Почетного работника высшего профессионального образования Российской Федерации Дулиной Надежды

Васильевны содержит указание на следующее замечание: содержание автореферата поднимает важный дискуссионный вопрос: исследование акцентируется на положительных сторонах онлайн-торговли и цифровой экономики для пожилого населения, но не раскрывает негативные аспекты включения пожилых людей в цифровые взаимодействия. Представляется, что учет таких негативных аспектов является особенно актуальным в современных условиях бурного развития социальных сетей, потери автономии и роста интернет-зависимости, рисков онлайн-мошенничества.

В отзыве кандидата экономических наук, доцента, заместителя директора по научной работе, ведущего научного сотрудника Федерального государственного бюджетного учреждения науки «Вологодский научный центр Российской академии наук», г. Вологда, Калачиковой Ольги Николаевны, содержатся следующие вопросы: представляют ли учтенные в модели исследования факторы исчерпывающий перечень? Каким образом был сформирован перечень факторов, которые были использованы в модели исследования?

Кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры социологии Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)», г. Челябинск, Колчинская Вероника Юлиевна в своем отзыве на автореферат отмечает следующие вопросы: неясными остались причины использования теории поколений для идентификации социально-демографической группы пожилых потребителей. С чем связан выбор этой теории и какие ее положения были взяты за основу? Каким образом была дана количественная определенность факторам потребительского онлайн-поведения пожилых людей и каким образом определялись индексы (с. 16)? Кроме того, сомнение вызывает то, что в ходе исследования не была подтверждена гипотеза 2: женщины чаще совершают онлайн-покупки и чаще демонстрируют готовность совершать онлайн-покупки, чем мужчины. Ряд маркетинговых исследований – как российских, так и

зарубежных – показывали специфику потребительского поведения мужчин и женщин.

Выбор официальных оппонентов обусловлен компетентностью указанных докторов наук и кандидата наук в области экономической социологии, что подтверждается их научными достижениями и значительным числом имеющихся научных публикаций по теме диссертационного исследования.

Диссертационный совет отмечает, что представленная диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук соответствует п. 9 Положения о присуждении ученых степеней в УрФУ и является научно-квалификационной работой, в которой на основе выполненных автором исследований решена научная задача – исследование потребительского онлайн-поведения пожилых людей, выявление факторов, влияющих на этот процесс. Эти результаты имеют существенное значение для экономической социологии.

Диссертация представляет собой самостоятельное законченное исследование, обладающее внутренним единством. Положения, выносимые на защиту, содержат новые научные результаты и свидетельствуют о личном вкладе автора в науку:

1. Установлено, что потребительское онлайн-поведение пожилого населения как особый социально-экономический феномен представляет собой депривированный тип поведения в сфере онлайн-потребления, формирующийся под влиянием поколенческих, социальных, образовательных и экономических типов неравенств, характерных для участия отдельных возрастных групп населения в онлайн-потреблении.

2. Предложена авторская трехэтапная периодизация развития онлайн-торговли в России (2000–2009, 2010–2019, с 2020 гг.), отражающая различную степень вовлеченности в нее пожилого населения, эволюционирующую от практически полной исключенности пожилых людей из онлайн-потребления и крайне ограниченных возможностей этой социально-демографической группы совершать онлайн-покупки до вынужденной, но проблематичной интеграции в онлайн-потребление в период пандемии.

3. Разработана, валидизирована и апробирована социологическая методика исследования потребительского онлайн-поведения пожилых людей, основанная на выделении влияющих на такой тип поведения социально-демографических, социально-экономических и социально-психологических факторов, обосновывающая возможность как непосредственного/прямого, так и опосредованного, базирующегося на эффекте медиации, влияния этих факторов на потребительское онлайн-поведение пожилых людей.

4. На материалах эмпирических исследований установлены показатели неравенства, детерминирующие разную степень вовлечения различных групп пожилого населения в онлайн-потребление: состояние здоровья, уровень образования, место проживания.

5. Доказано, что факторами, определяющими фактическое онлайн-потребление пожилых людей и их готовность совершать онлайн-покупки в будущем, являются: организационная и техническая инфраструктура совершения онлайн-покупок, социальное влияние близкого окружения и родственников, представления пожилых людей о полезности, риске и простоте пользования онлайн-сервисами, степень доверия к компаниям онлайн-торговли, состояние здоровья; обосновано, что данные факторы формируют эффект медиации, опосредуя влияние социально-демографических факторов (пол, возраст, уровень образования, место жительства) на потребительское онлайн-поведение пожилых людей.

6. На основе кластерного анализа выявлены два типа потребительского онлайн-поведения пожилого населения: пассивный тип онлайн-потребления (57%) характерен для пожилых людей старшей возрастной группы с низким уровнем образования, проживающих в сельской местности/малом городе, и активный тип онлайн-потребления (43%), в который вовлечена младшая возрастная группа пожилых жителей крупных городов с более высоким уровнем образования.

7. Представлены рекомендации, нацеленные на повышение вовлеченности пожилых людей в онлайн-потребление: стимулирование маркетплейсов к

изменению дизайна онлайн-торговых платформ с учетом потребностей пожилых людей; привлечение специального персонала на площадки онлайн-торговли для оказания помощи пожилым людям; развитие органами социальной защиты населения программ обучения пожилых людей основам потребительского онлайн-поведения; разработка и внедрение государственными органами по защите информации инструментов защиты пожилых клиентов; создание финансовых стимулов потребительского онлайн-поведения пожилого населения; развитие инфраструктуры онлайн-торговли в сельской местности.

Теоретическая значимость работы заключается в разработке комплексного социологического подхода к изучению потребительского онлайн-поведения пожилого населения на основе многофакторной модели прямого и опосредованного (на основе эффекта медиации) влияния различных социально-экономических и демографических факторов на такой вид экономического поведения.

Практическая значимость диссертационного исследования определяется возможностями использования полученных результатов для дальнейшей теоретико-прикладной разработки вопросов, связанных с социологическим анализом феномена потребительского онлайн-поведения пожилых людей, а также для развития теоретико-прикладных оснований теории цифрового неравенства за счет рассмотрения возраста в качестве фактора, вызывающего неравенство в использовании онлайн-сервисов не только между поколениями людей, но и внутри одного и того же поколения.

Исследование выполнено при финансовой поддержке Министерства науки и высшего образования Российской Федерации в рамках Программы развития Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина в соответствии со стратегической программой академического лидерства «Приоритет-2030».

На заседании 23 сентября 2025 г. диссертационный совет УрФУ 5.4.14.29 принял решение присудить Олумекору М.О. ученую степень кандидата социологических наук.

При проведении тайного голосования диссертационный совет УрФУ

5.4.14.29 в количестве 15 человек, из них 5 докторов наук по специальности рассматриваемой диссертации, участвовавших в заседании, из 19 человек, входящих в состав совета, проголосовали: за – 15, против – нет, недействительных бюллетеней – нет.

Зам. председателя

диссертационного совета

УрФУ 5.4.14.29

Дидковская Яна Викторовна

Ученый секретарь

диссертационного совета

УрФУ 5.4.14.29

Клюев Алексей Константинович

23 сентября 2025 г.